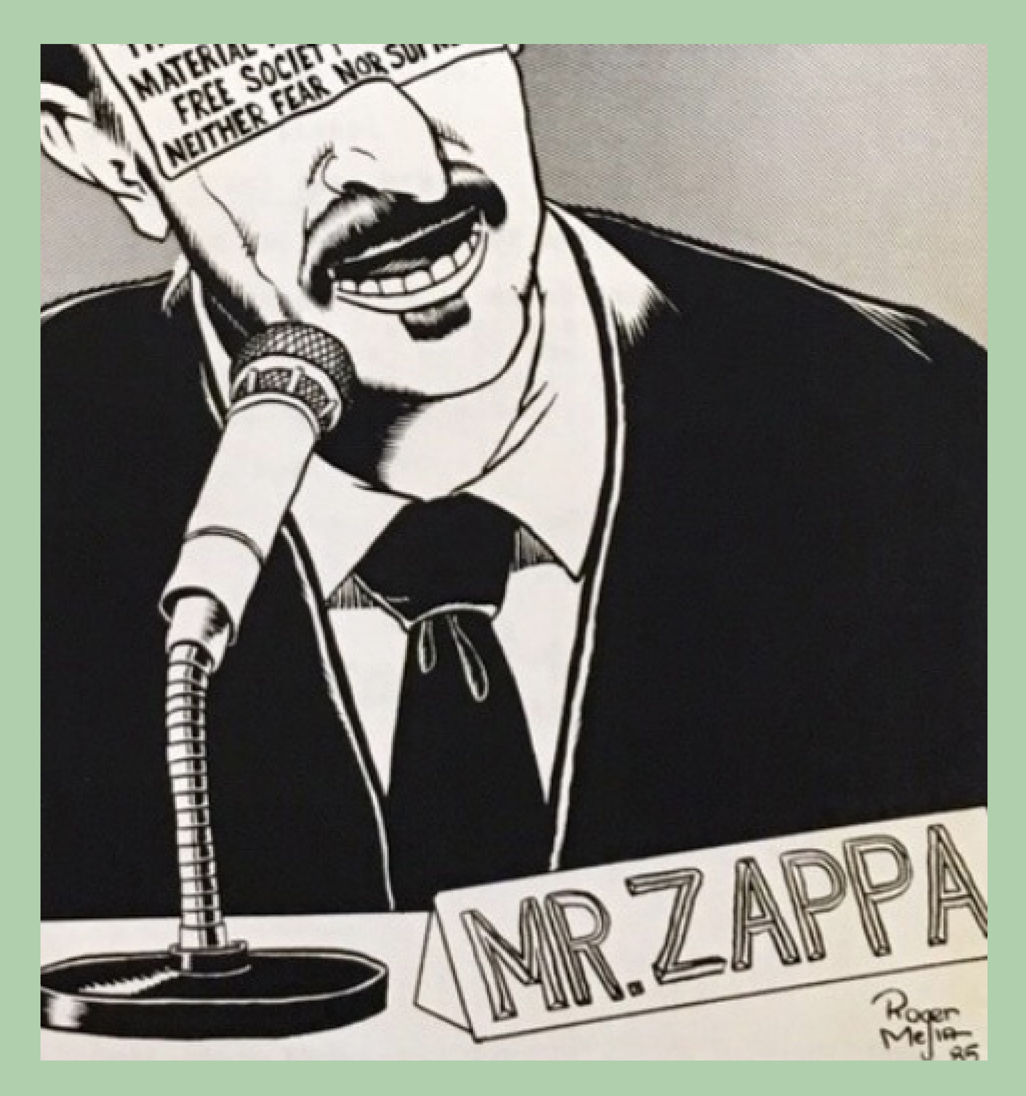
1.Fanzines, utopías y otros realismos mágicos para una transición ecosocial.

Intro al lenguaje contracultural.

1_ Introducción al lenguaje contracultural. Decir con fanzines.

Es curioso lo influyente que puede llegar a ser para el lenguaje, la comunicación o la cultura, una rudimentaria publicación fotocopiada de, más o menos, 10 páginas y una tirada menor a 100 copias.

Los fanzines, cuando todavía no existían twich, ni instagram, ni pinterest, eran la forma de dar a conocer aficiones comunes. Son productos culturales caseros, hechos a base de cuartillas fotocopiadas y grapadas, y abordaban contenidos que no tienen cabida en las publicaciones profesionales. Ahí esta su fortaleza: al ser autoeditados, no están sometidos a los intereses editoriales: no estaban obligados a proporcionar una rentabilidad económica. Se mueven desde el underground y, como dice Zappa en la viñeta, tienes que buscarlos.



La cultura oficial sale a tu encuentro,
pero al underground tienes que ir tú.
Frank Vincent Zappa.
Ilustración de Roger Mejia para The Long Beach Union.

El 19 de septiembre de 1985 se debatía en la Comisión de Comercio, Tecnología y Transportes del Senado de EE.UU. una propuesta de ley para etiquetar los contenidos de las letras en la música con una “X”, como las películas para adultos.   De un lado la PMRC (Parents Music Resource Center, formado por varias esposas de diputados), del otro, el cantante country John Denver, Dee Snider de los Twisted Sisters y Frank Zappa. Zappa no se limitó a defender la Primera Enmienda (esa que garantiza la libertad de expresión, de culto, de prensa...), sino que realizó un lúcido análisis de las condiciones materiales bajo las cuales los músicos realizan su trabajo, de la organización de la industria musical y de las relaciones de poder entre esta y las instituciones públicas. Zappa intentaba explicar a los senadores la importancia de entender el contexto de la industria cultural en su conjunto. -> https://www.youtube.com/watch?v=9rqGRo4DOpA

En esta primera sesión del taller definiremos términos y contexto para acercarnos mejor al lenguaje del fanzine, entendiéndolo como un producto cultural.



Imagen de La televisión es cultura.
Programa APM? de TV3.

2_ Conceptos a comprender: LA CULTURA.

Aunque parezca común este concepto dado su uso habitual, es bastante complejo.

Lo primero que tenemos que decir es que la cultura es polisémica, esto quiere decir que se adapta a la sociedad y su historia, lo que hace inevitable encontrar ambigüedades y conceptos limitados a esa evolución cuando surgen nuevas formas de vivir y relacionarse. Es precisamente en esos momentos de cambios vertiginosos, (sociales, industriales, económicos) cuando la oferta cultural y de servicios aumenta y afloran, y a la par, los movimientos underground como formas alternativas de consumo frente al contexto mainstream.

Para simplificar nos vamos a centrar ahora en 3 enfoques:

- Enfoque antropológico: cultivo de cualidades (saberes y prácticas) reproducción y trasmisión de información entre miembros de una comunidad.

- Enfoque humanista: cultivo de cualidades que se muestran como superiores dentro de una sociedad. Problema por su carácter excluyente, segregador y desclasificador.

- Enfoque simbólico: elementos compartidos y que permiten establecer un sentido social colectivo. Es lo que sucede en todas las creaciones humanas: ritos, mitos, lenguaje...

Ninguno es mejor o peor, debemos entender la cultura como una amalgama transversal a estos tres enfoques.

De la riqueza de posibilidades interactivas que derivan de la cultura surgen ideas como la contracultura y la cultura de masas, que corresponden a formas particulares de experimentar la cultura, desde lo alternativo o desde las tendencias de consumo.
Lo underground y lo mainstream son términos recientes en la cultura, sin embargo son conceptos ligados a esta desde sus inicios, y que van enfrentados, cultura popular y cultura de masas.

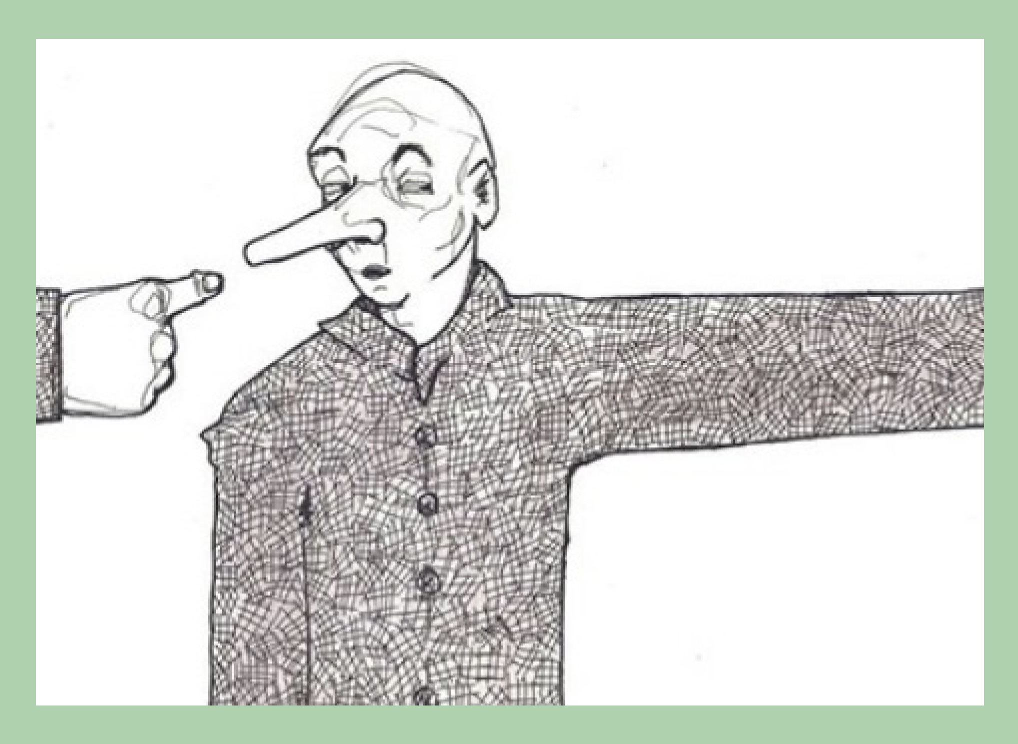
3_ Contracultura Vs. Moda.

Hay muchas más subculturas, pero vamos a centrarnos en estas dos por contraposición e interés:

	CONTRACULTURA	MODA
DISCURSO	- Discursos poco convencionales. - Contenidos impertinentes, inapropiados, indeseados, inmorales, indecentes, invisibles, no comerciales, no publicitados.	- La ligereza de todo bien: condición pasajera, llega con fuerza y se deshecha rápido. - La captación y resignificación de los gustos. La renovación constante y permanente de los mismos.
DISEÑO	- Enmarcadas en un contexto político, contestatario y subversivo. - Lo clandestino, ilegal, lo ilegítimo para las mayorías, resistencias, patrones inaceptados, o inaceptables.	- Estructurada, planeada y ejecutada a partir del ejercicio político y económico del Estado. - Impera, domina, define la cosmovisión (creencias, valores, normas de actuación).
PRODUCCIÓN	Práctica de autogestión.	Estrategia de mercado de la industria cultural. Publicitaria.
DISTRIBUCIÓN	Distribución sin ánimo de lucro.	Dinámica comercial, con ánimo de lucro.
CONSUMO	Se relaciona con las periferias culturales, con comunidades marginales (segregadas, excluidas).	Masiva, hegemónica, pretende ser legitimada por una mayoría.

Como vemos, las características que dan sentido al producto cultural: discurso, diseño, producción, distribución y consumo, difieren completamente.

4_ Producto Cultural.



Fanzine El tiempo y otros improperios, Yecla, 2007.

Entendemos que una comunidad debe tener un pensamiento crítico para que su cultura no quede mercantilizada. Para eso es preciso detenerse, rebelarse, proponer otros enfoques teóricos (como la economía ecológica, la teoría general de sistemas, la economía feminista, la tecnología intermedia o las aportaciones de numerosos pueblos indígenas), enfoques que pueden dar la vuelta a la cultura del pensamiento único.
Una producción cultural, autogestionada e independiente, como el fanzine, nos ayudará a construir el imaginario necesario para entender el contexto socio-ecológico, darlo a conocer de manera distinta y aportar nuevos sentidos.

5_ Resumen: Fanzine.

- Es una producción que se desarrolla como forma de expresión independiente.
- Los temas y contenidos que enmarcan los discursos se inspiran en experiencias e intereses propios.
- Producción casera o amateur y de pequeña escala.
- Tiradas de reducidas cantidades. Difusión limitada.

6_Enlaces de interés.

- Sol cuando es de noche. Pedro G. Romero.
https://www.yumpu.com/es/document/read/14819495/sol-cuando-es-de-noche-pedro-g-romeroazala

- El lado B de la cultura: Análisis del fanzine y su relación con la cultura escrita y underground en Colombia. Nelson Alirio Quintero González, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Maestría en Investigación Social Interdisciplinaria Bogotá D.C, Colombia 2020.
https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/23079/QuinteroGonz%C3%A1lezNelsonAlirio2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Contracultura, los movimientos de los años 60 hacia la utopía.
https://www.youtube.com/watch?v=6Uc-NpwR7ifo

- Charla de Diana Uribe: Historia y elogio de la contracultura.
https://www.youtube.com/watch?v=6Uc-NpwR7ifo

- Cómo matar al intermediario, Hernán Casciari, TEDx Río de la Plata.
https://youtu.be/_VEYn3bXz34.

Créditos.

El presente material es una publicación de Tekeando y forma parte del material pedagógico desarrollado dentro del programa Fanzines, utopías y otros realismos mágicos para una transición ecosocial, programa de El Departamento de Artes y Oficios Aplicados a la Ciudad, que ha contado con la financiación del Instituto de la Cultura y las artes de Sevilla (ICAS).

- Contenidos: Nathalie Bellón Hallu
- Diseño y maquetación: Tekeando
- Coordinación: Tekeando



Tekeando

